

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data yang dilaksanakan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar tentang perempuan dalam iklan parfum axe yang tayang ditelevisi lebih signifikan dipengaruhi oleh karakter atau personal masyarakat terhadap iklan dengan nilai -46,637.
2. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung tersebut terhadap perempuan dalam iklan parfum axe ditelevisi, adalah sebagai berikut :

a. Objek Persepsi

Pada umumnya seluruh masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung memiliki televisi dirumah masing-masing. Sehingga secara tidak langsung dapat penulis katakan bahwa masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung ini cukup sering melihat tayangan-tayangan televisi termasuk iklan didalamnya. Yang mana tentu saja hal ini mempermudah penulis untuk melakukan suatu penelitian.

b. Usia Responden

Dalam penelitian ini penulis tidak serta merta mengambil responden dari segala umur dalam meneliti, penulis hanya mengambil responden dengan tingkat usia berkisar 17 sampai 60 tahun. Karena pada usia ini seseorang dapat dikatakan telah mampu menilai atau menelaah suatu permasalahan dengan baik.

c. Pendidikan

Sebagian besar masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung ini adalah tamatan SLTA dan SLTP sederajat, hal ini berarti bahwa tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para masyarakat telah cukup memadai, dengan demikian tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para masyarakat yang dirasakannya juga akan membantu proses berfikir mereka dalam memberikan persepsi pada suatu pesan atau informasi yang diterimanya.

B. Saran-saran

Dengan melihat hasil kesimpulan penelitian diatas, maka penulis berkeinginan untuk memberikan sebuah saran yang mudah-mudahan bersifat membangun dan bermanfaat bagi para masyarakat Dusun 3 Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung, masyarakat Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung dan para pembaca pada umumnya. Adapun saran yang dapat peneliti berikan diantaranya sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada seluruh masyarakat Kelurahan Pagaruyung Kecamatan Tapung, agar dapat memberikan sebuah seleksi bagi keluarga

mengenai suguhan tayangan televisi yang dilihat. Hal ini dikarenakan tidak semua kelompok umur dapat mempersepsikan sebuah tontonan tayangan televisi dengan baik dan benar, diterutamakan bagi kaum anak-anak yang masih belum bisa mempersepsikan pikiranya tentang sebuah yang dilihatnya dengan baik. Pilihlah tayangan televisi yang bernilai positif dan membangun pola pikir kearah yang lebih baik.

2. Kepada KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) baik itu tingkat Daerah, Provinsi maupun Nasional untuk dapat menyaring atau menyeleksi tayangan-tayangan televisi yang akan disuguhkan untuk masyarakat. Karena tayangan televisi bukan tidak mungkin sedikit banyak akan mempengaruhi pola pikir pemirsanya.

Daftar Pustaka

- Arikunto Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rhineka Cipta.
- Arista Desi, Triastuti Srirahayu. 2011. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. Semarang. Universitas Diponogoro.
- <http://www.gemaparfum.com/2013/04/axe-parfum.html>. 9.30. Selasa 25 Maret 2014.
- Iskandar Syahril. 2011. *Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi*. Universitas Komputer Indonesia.
- Kamusbahasaindonesia.org/perempuan. 07:50. Selasa 25 Maret 2014
- Kriyantono Rachmat. 2007. *Pemberdayaan Konsumen Televisi Melalui Ketrampilan Media-Literacy Dan Penegakan Regulasi Penyiaran*. Malang. Universitas Brawijaya.
- Kriyantono Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Kencana Prenada Media
- Kurniadi Oji. 2005. *Perempuan Dalam Tayangan Iklan Ditelevisi*. Mediator. DIKTI.
- Murwani Endah. 2010. *Konstruksi 'Bentuk Tubuh Perempuan' Dalam Iklan Televisi*. Tangerang. Universitas Multimedia Nusantara.
- Prabawati Indah, Susanti Arik, Sulistyowati Eny. *Persepsi Kaum Lelaki Terhadap Perempuan Sebagai Obyek Seksual Dalam Tayangan Iklan Di Televisi*.
- Purnomo Jatmiko Edi, Sudartono, Suharmanto Agus. 2009. *Pengaruh Iklan Smk Di Televisi Terhadap Minat Siswa Smp Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang Untuk Melanjutkan Ke Smk*. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Purwati, Setiawan Heri, Rohmawati. 2012. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada Pt. Nusantara Solar Sakti)*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Rakhmat Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Rubani Mardiah. 2011. *Psikologi Komunikaasi*. Pekanbaru. Unri Press

- S.Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, 2002, Jakarta, Bumi Aksara.
- Soehartono Irawan. 2004. *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Soekanto Soerjono. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Triyaningsih, Triastiti Rahayu. 2012. *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Pada Iklan Provider Telepon Seluler Dimedia Televisi Dengan Media Cetak*. Surakarta. Universitas Slamet Riyadi.
- Walgito Bimo. 2008. *Psikologi Kelompok*. Yogyakarta. C.V Andi
- Yusmiaty Tonapa. 2013. *Pengaruh Komunikasi Pemimpin Terhadap semangat Kerja Pegawai Pada Kantor Dinaskesehatan Provinsi Kalimantan Timur*. Kalimantan Timur. Universitas Mulawarman.